

七尾の伝統野菜をブランド化

ごぼうで深まる地域との絆 学生参画で「新商標」出願へ

能登半島の付け根に位置する七尾市で、古くから特産品として親しまれてきた「沢野ごぼう」。この伝統野菜をブランド化させ、まちおこしの起爆剤にしよう、地元沢野町の生産組合が立ち上がった。ブランド化への情熱は法学部の学生にも飛び火し、やがて継続的な交流へと発展。地元住民の情熱に学生の若さが加わり、七尾のまちづくりは新たなステージを迎えた。

地域連携コーディネーター 網田百合香

將軍家献上の沢野ごぼう 県が結んだ七尾との縁

沢野ごぼうは、一般に売られているごぼうよりも太くて大きいのが特徴だ。1mを超えるものも珍しくないが、調理がしにくくなるため、幅3cm、長さ70cmが出荷時の基準になっている。肉質が非常に柔らかく、ほくほくとした食感が楽しめる。江戸時代には加賀藩の特産品として將軍家や京都の寺院にも献上された。地元の人々が誇る伝統食材の一つでもある。

数年前からブランド化に向けて動き始めた生産組合は、「実際にどう動けばいいのかわからない」という問題を抱えつつ、試行錯誤を繰り返していた。そこに知的財産法ゼミの大友信秀教授を引き合わせたのが、石川県地域振興課で地

域問題と高等教育のマッチングを担っている俵幸嗣課長だ。以前、県外の仕事で知り合った2人は約10年ぶりに金沢で再会し、地域問題に精通する俵課長が沢野ごぼうプロデュースの話を持ちかけた。沢野ごぼうに情熱を注ぐ生産者と知的財産法のエキスパートを目指す学生。一見畑違いにも思える2つの分野に取り組み両者が、こう



生産組合の人に教わりながら収穫を体験する学生

してブランド化という1つの目標を共有することになった。

知財ゼミの学生加わり 「地域団体商標」獲得を

平成18年10月に初めて沢野町を訪れた学生らはまず、沢野ごぼうの収穫を手伝ったり、収穫祭で販売を担当したりするなどして生産者との交流を深めた。毎週開かれるゼミでも、ブランド化や広報手段について検討を加え、生産者とも議論を重ねるうちに、組合が目



七尾の伝統野菜、沢野ごぼう。味と香りのよさがウリだ



和倉温泉で開かれたイベントで、沢野ごぼうを使った商品をPRする学生





沢野ごぼうは縄を使って掘る伝統がある

指していた「沢野ごぼう」の名を地域団体商標として登録したい」という目標に向けて具体的に動き出すことにした。

従来の商標制度をより柔軟に運用する地域団体商標制度は、地域の産品をブランドとして保護し、生産者の信用を維持するのが目的。農産品や海産物、工業製品、温泉名などで一定の要件を満たせば、出願することができる。

地元ではすでに沢野ごぼうを使ったソフトクリーム、クッキー、うどんなどの加工品が開発され、多くはすでに商品化されているが、商品化への道筋がついていた。地域団体商標を獲得すれば、沢野ごぼうにさらなる箔がつき、全国に発信するための足がかりにもなる。

ただし、出願には「一定の認知度（周知性）」を証明することが求められる。沢野ごぼうにとつて、ハードルは決して低くなかった。ないものづくしで始まった地域団体商標獲得への取り組みだったが、昨年2月に出願主体となる「沢野

ごぼう事業協同組合」を設立。続いてロゴマークを公募し、5月には学生が組合のホームページを立ち上げた。

地域団体商標について授業で学ぶのであれば、おそらく1回きりで終わるだろう。しかし、彼らはそこに焦点を当てて教室を飛び出した。学生はブランド化という目標に向けて奔走することで、講義を受けるだけでは決して分からない地域団体商標獲得までの苦労と、地域全体が一致団結することの難しさを学んだのである。

学生の来訪を常に歓迎 個人別宅を無料で開放

一方の組合も「もつと学生に来てもらいたい」「来てくれるだけで活気が出る」と大学の参画を歓迎している。学生の活動拠点となる場所を作り、気軽に訪れてもらうため、組合員の谷川与志夫さん（61）は今年1月、所有する別宅を開放した。もちろん町内には、学生も使える公民館などの公共施設があるが、管理や手続きで気を遣うことが多い。しかし、谷川さんの別宅は、「事前の連絡」と「来たときよりきれいにすること」さえ守れば、自由に使える。ゼミで沢野ごぼう担当のリーダーを務める道野卓さん（3年）は、「地元の方の好意は素直にうれしい。この家があれば収穫祭の前日に七尾に入り、会場設営から手伝える。また、ゼミ合宿などでも活用してみたい」と今



地元住民と一緒に郷土料理を作り、交流を深めた

後の活動の広がりにも期待する。

沢野ごぼうに限らず、七尾のまちづくりなどに関わる活動であれば、施設はこの学生に対しても無料で開放している。広く学生に使ってほしいとの思いから、玄関先には高等教育機関が連携する「大学コンソーシアム石川」の名前を入れた「大学コンソーシアム石川 ゲストハウス谷川」と記した看板を掲げた。

民家を学生に自由に使用せるといふ決断は、簡単にできることではない。これは、沢野ごぼうのブランド化に向けて一緒に汗を流してきたからこそ得られた「信頼関係の賜物」といえるだろう。

生産拡大の兆し広がる 輪島との地域間交流も

ブランド化に向けた周辺の動きも、少しずつ活発になってきた。沢野ごぼうは砂地で育つ普通のごぼうとは違い、粘土質の固い土壌で栽培される。種まきや収穫時には畑を1mの深さまで掘り下げ

ねばならず、生産者にとっては年を重ねるほど重労働になってしまふ。そのため、近年は栽培を断念する農家も多かったのだが、新しい組合の活動が周知され始めたことで需要が高まり、栽培を再開する農家が出てきた。また、沢野ごぼう用に改良された農機が開発され、増産が望めるようになった。

地域間の「ブランドごぼう交流」の話も出てきている。ゼミでは、輪島市三井町の「細谷ごぼう」のプロデュースにも関わっており、沢野ごぼう事業協同組合の村尾忠宏副理事は「品質の似ている細谷ごぼうの生産者と互いのごぼうを持ち寄り、切磋琢磨する会を開きたい」と学生を通じた地域間の交流に発展させたいと考えた。

ブランド化への第一歩 年内の登録ほぼ確実に

沢野ごぼうのブランド化は短期

間では終わらない。地域団体商標については、順調に進めば今年中の獲得が見通せるが、その後もブランドの維持や新商品開発など、やるべきことは山積みだ。

ゼミ内では現在、4年生から引き継ぎを受けた3年生が主軸になり、申請補助や広報支援などの活動を続けている。七尾で学び、卒業していく学生に「七尾を第2の故郷だと思ってほしい」とエールを送る組合員。学生たちも「七尾に行くのは研究のためだけではない。地元の方に会うのが楽しいから」と笑顔で応じる。

両者の活動を支える大友教授は、「授業で教えることはただの知識だが、自分で学び取ったことは応用が利く。地元の人と一緒に悩み、失敗し、学ぶ。体験を通じて法学の生かされている現場、またそこにある課題や限界を学び取ってほしい」とブランド化への取り組みを温かく見守っている。



学生の活動拠点としてオープンしたゲストハウス